

Compromiso de los grupos de interés

Objetivo

Para ISA, la sostenibilidad es una forma de actuar reconociendo los retos medioambientales a los que se enfrenta nuestro planeta, siendo conscientes de las diferentes realidades sociales, orientada al logro de objetivos de creación de valor para sus grupos de interés, con respeto por el ser humano y en un ambiente ético y transparente. Bajo esta premisa, nuestro objetivo es crear un compromiso a largo plazo con los grupos de interés en un marco de crecimiento y relaciones ganar-ganar.

El diálogo y la escucha permanente son los mecanismos principales para conocer, desde el punto de vista de los grupos de interés, los logros, las oportunidades de mejora y las acciones conjuntas que agregan valor al compromiso, reconociendo a las personas y sus contribuciones a la Organización.

Alcance

Esta guía abarca a ISA y sus empresas.

Grupos de interés

Los grupos de interés son grupos de personas, organizaciones e instituciones con las que ISA construye y comparte intereses comunes. Son parte visible y legítima de los intereses bidireccionales del compromiso con la empresa, con un impacto significativo en la sociedad y en la propia Compañía.

Identificación y priorización

ISA cuenta con una matriz de grupos de interés aprobada que se evalúa y actualiza permanentemente en función de la escucha social, la matriz de riesgos, la ampliación de las redes de colaboración y los objetivos estratégicos, evitando desconocer las situaciones sociales actuales.

Esta matriz se despliega en cada una de las filiales en función de los objetivos de negocio y de los proyectos a desarrollar, priorizando los grupos de interés y los actores clave en las diferentes etapas del ciclo de vida del activo, buscando siempre mantener la vigencia corporativa.

ISA ha identificado a sus grupos de interés según el nivel de impacto de la empresa en relación con ellos y, a su vez, el impacto que los grupos de interés tienen en la Compañía. Su prioridad viene determinada por la valoración cuantitativa de cada una de estas tres variables:

Variable	Descripción
Dependencia	<ul style="list-style-type: none"> Existen riesgos porque han invertido algo valioso en la organización Expuestos a riesgos debido a las actividades desarrolladas por la organización
Influencia	<ul style="list-style-type: none"> Esencial para la operación continua Factor determinante en el proceso de toma de decisiones de la organización Capacidad de causar impacto en la organización o en su reputación

Legitimidad	<ul style="list-style-type: none"> • Legalidad • Reconocimiento de la sociedad
--------------------	--

ISA reconoce a sus grupos de interés y los incorpora a su modelo estratégico formulando compromisos con cada uno de ellos.

- Empleados: Atraer, desarrollar y retener el talento humano en ISA y sus empresas en un marco de relaciones laborales claras, respetuosas, equitativas y justas, para generar un ambiente de confianza y desarrollo integral de los aspectos humanos, laborales y sociales.
- Accionistas e inversionistas: Crecer con rentabilidad, mantener las prácticas de buen gobierno y garantizar la sostenibilidad.
- Clientes: Proporcionar servicios de calidad a tiempo y a precios competitivos, diseñados para satisfacer sus necesidades y crear un compromiso a largo plazo.
- Sociedad: Gestión social integral, participando como actor principal en la creación de un entorno favorable para el desarrollo.
- El Estado: Respetar y promover el Estado de Derecho y contribuir en la creación de un entorno propicio para la prestación de servicios, promoviendo la transparencia y estableciendo normas claras.
- Proveedores: Trato transparente e igualitario basado en criterios de eficiencia y competitividad.

Propósito del compromiso

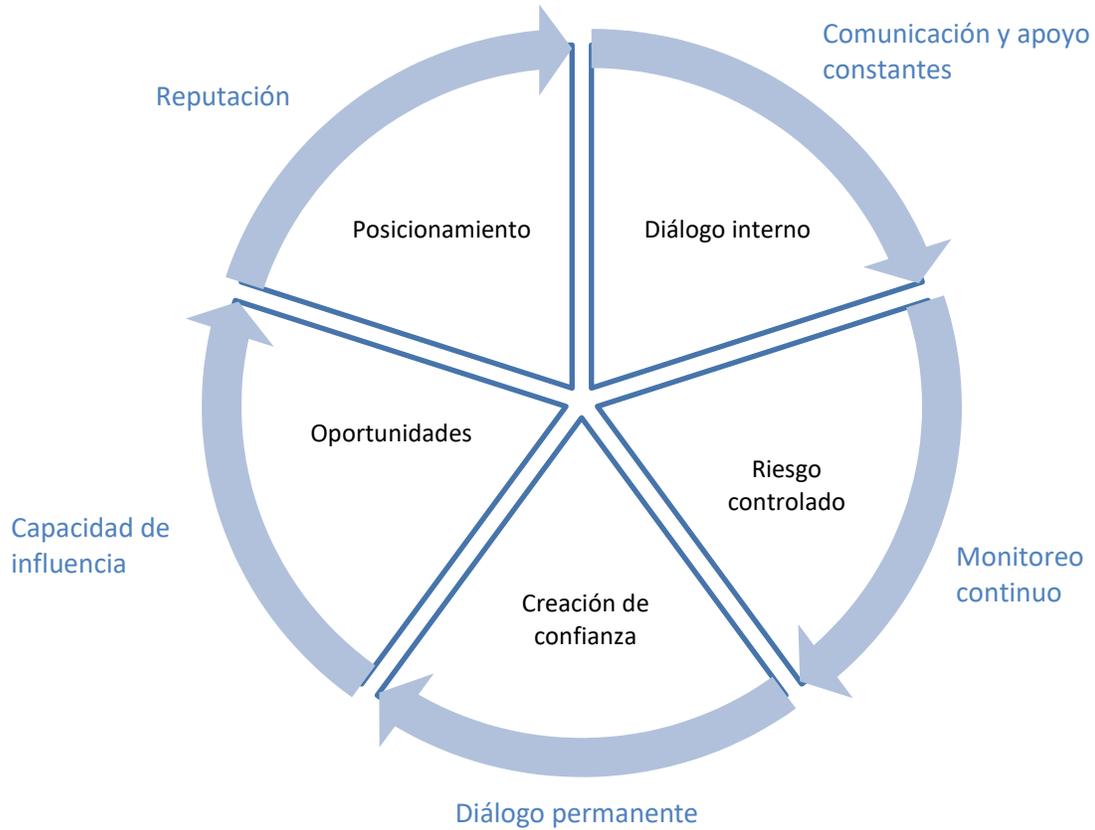
- Promover un compromiso a largo plazo basado en la ética y la transparencia, que sea constructivo y respetuoso de los derechos humanos.
- Generar canales de comunicación que proporcionen información y garanticen espacios de diálogo.
- Reforzar el compromiso basado en la confianza y la legitimidad.
- Fomentar la participación asertiva para crear oportunidades de diálogo entre la empresa y uno o más grupos de interés para proporcionar una base bien fundamentada para las decisiones de la organización.
- Proporcionar información de interés público de manera oportuna.
- Contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar.
- Integrar en la estrategia de la empresa las contribuciones relevantes identificadas por los grupos de interés.

Estrategia para el compromiso

Definición y desarrollo de la estrategia de compromiso corporativo

- Fomentar el diálogo interno permanente.
- Monitorear la gestión de los riesgos ambientales y el mapeo de los grupos de interés.
- Crear una agenda de conversación que fomente las propuestas y que sea proactiva.
- Aprovechar y optimizar las oportunidades de compromiso.
- Contribuir al posicionamiento de la empresa y al fortalecimiento de su reputación.

Pilares



La capacidad de compromiso se genera a través de un modelo de diálogo interno, la identificación de riesgos y oportunidades del relacionamiento y la priorización de los grupos de interés. Se definen los planes de involucramiento que ISA y sus empresas tendrán con los grupos de interés, en función de su madurez, conocimiento de la organización y de los diferentes temas, garantizando oportunidad, proactividad, trazabilidad y transversalidad.



Identificación de las capacidades de compromiso de los grupos de interés

Se ha definido una matriz de Importancia/Reconocimiento con el objetivo de generar capacidades de compromiso, para guiar la tendencia en las conversaciones sobre asuntos de interés mutuo.

- **Importancia:** relevancia, según el público, de los atributos de cada empresa.
- **Reconocimiento:** valor, según el público, del desempeño percibido de la empresa en relación con los atributos del modelo.

	Promover		Mantener
Importancia	Este cuadrante contiene elementos en los que hay que mejorar el desempeño , ya que su importancia está por encima de la media.		Estos elementos están por encima de la media de reconocimiento e importancia. Son los elementos clave para el éxito y deben mantenerse.
	Este cuadrante contiene elementos de bajo reconocimiento o importancia . Hay que monitorearlos en caso de que aumenten las expectativas del público.		Estos elementos están por encima de la media en cuanto a la valoración del reconocimiento, pero no en cuanto a la importancia. El reconocimiento ofrece oportunidades de diferenciación que buscan aumentar las expectativas.
	Observar		Oportunidades de diferenciación
		Reconocer	

Gestión de riesgos de los grupos de interés

La gestión integral de riesgos de ISA le permite asegurar y mantener la gestión de los recursos corporativos, lo que garantiza la continuidad empresarial, ya que existe una gestión integral de los posibles riesgos y oportunidades. Para ello, ISA efectúa un proceso de identificación, análisis, evaluación, monitoreo y comunicación de los riesgos a los que está expuesta. El objetivo es minimizar el impacto sobre los recursos financieros y la reputación, así como aprovechar las oportunidades que puedan surgir.

ISA desarrolla un ejercicio específico de riesgo social en los proyectos cuyas características sugieren la necesidad de proponer medidas de gestión del riesgo, que se aplican en la fase de construcción.

Los planes de mitigación se derivan de la debida diligencia de los proyectos. El análisis de riesgos de las ofertas también considera los riesgos que pueden generarse debido a la Compañía o a sus grupos de interés. Estos riesgos forman parte del análisis, así como las acciones de gestión, para mitigar o gestionar el riesgo. Estas acciones ofrecen una guía de actuación para el relacionamiento, al igual que aportan elementos clave para diseñar actividades de relacionamiento con las comunidades donde los proyectos tienen influencia.

Herramientas de compromiso

A través del compromiso colaborativo, ISA y sus empresas buscan generar vínculos constructivos

para los grupos de interés desde diferentes instancias:

Conversaciones con grupos de interés: La gestión de la sostenibilidad implica un comportamiento transparente y ético que tiene en cuenta las expectativas de los grupos de interés en relación con el desempeño de la empresa, su comportamiento y el modo en que afronta y aborda los impactos. Las expectativas pueden o no estar alineadas con los intereses y objetivos empresariales, por lo que las empresas organizarán un evento o facilitarán espacios dentro de los ya definidos con los grupos de interés, en los que puedan conocer los detalles de la gestión de la sostenibilidad y expresar su percepción al respecto.

Estos espacios existen para que las comunidades se involucren. Cuando se diseñan estos espacios, se tienen en cuenta las condiciones particulares de estas comunidades, como las reuniones virtuales, las reuniones presenciales, el lenguaje inclusivo, entre otras.

Reuniones trimestrales con inversionistas: reuniones presenciales con el CEO y el CFO de la Compañía, la alta gerencia y la comunidad de inversionistas, en las que se comparte información relevante y tendencias, lo que demuestra el cuidado de las inversiones a largo plazo.

Asamblea General de Accionistas: La Asamblea de Accionistas y la Junta Directiva son los principales órganos de gestión y administración de la Compañía y toman decisiones que benefician el futuro y la consolidación de los negocios de ISA para generar rentabilidad y valor.

Reporte de Sostenibilidad: Es una herramienta crucial para comunicar información sobre el desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de la organización, mostrando los impactos positivos y negativos, y revelando los eventos que influyeron en las políticas, la estrategia, la materialidad y las operaciones de la organización durante el período del reporte.

Agendas nacionales para el compromiso institucional: La organización refuerza su participación con los grupos de interés a partir de agendas de trabajo estructuradas, que les permiten encontrar intereses comunes, trabajar por objetivos compartidos y ser positivos para consolidar el papel de liderazgo de la transformación de la organización.

Medición

Evaluación y monitoreo: Reconocer el estado del desempeño corporativo y el logro de los objetivos acordados con los grupos de interés requiere una evaluación basada en el seguimiento de los referentes de gestión. Están vinculados a los objetivos corporativos de sostenibilidad, a los referentes estratégicos asociados a las metas del Cuadro de Gestión Integral y a los indicadores asociados al Reporte de Sostenibilidad definidos por el GRI.

Encuesta de favorabilidad: Esta medición nos permite identificar nuestro nivel de participación con los grupos de interés, evaluar la materialidad, los contenidos del Reporte de Sostenibilidad, las prácticas de la compañía y la coherencia entre nuestra filosofía y nuestras acciones y la efectividad de la comunicación.

Encuesta de reputación: Supuestos, percepciones y creencias de las audiencias clave sobre lo que es una organización en su conjunto, cómo se comporta, cómo trabaja y en qué cree. El modelo de

Gestión Integral de Riesgos define la reputación como uno de sus activos estratégicos que debe protegerse ante la materialización de cualquier riesgo.

Áreas de gestión

Alta gerencia y gobierno: Garantizan la participación de los factores de sostenibilidad y del gobierno corporativo en el desarrollo de la estrategia empresarial y aseguran el valor agregado para los grupos de interés.

Vicepresidencia de Relaciones Institucionales:

- Identificación de alertas ambientales que puedan ser riesgos u oportunidades.
- Estructuración de perfiles y documentos de interés.
- Construcción de la agenda y el esquema de compromiso institucional.
- Consolidación de la red de compromiso, proponiendo espacios de diálogo.
- Ser guardianes del compromiso, manteniendo la trazabilidad y la transversalidad, y compartiendo las lecciones aprendidas.

Gestión de sostenibilidad corporativa: Identifica y orienta la gestión con los grupos de interés y fomenta espacios de diálogo y mejoramiento mediante el referenciamiento y la implementación de buenas prácticas.

Gestión de comunicaciones corporativas: Se encarga del posicionamiento de la Compañía; de la gestión de la reputación, el relacionamiento con los medios de comunicación y los contenidos de las redes sociales; y de la planificación y asistencia a eventos.

Áreas de gestión directa: Son los departamentos que tienen la misión de gestionar los compromisos con los grupos de interés; en este sentido, se encargan de asumir y hacer seguimiento a los compromisos con ellos.

